

レイアウトの基本5原則、ちゃんと使えてる？

本日はデザインにおける重要な原則を解説します。
プロっぽいデザインを実現するためのヒントをお届けします。

このプレゼンの目的

デザインレイアウトの基本原則を理解することを目的とします。
受講者が具体的なスキルを身につけられるように構成しています。

01

目的の明確化

主な目的は、デザインにおける
レイアウトの基本5原則を理解
し、実践できるようになること
です。この理解によって、受講
者のスキル向上を図ります。

02

成功の指標

成功の指標として、受講者が具
体的な原則を応用し、実際のデ
ザインに活かせるようになるこ
とが挙げられます。プロフェッ
ショナルなデザインを目指しま
す。

受講者が抱えるであろう疑問を整理し、合格のポイントを提示します。
より具体的な理解を得るために必要な情報を提供します。

01

デザインの問題点

多くの受講者は、自分のデザインが素人っぽく見える理由を理解していません。この問題の解決は、適切な原則を学ぶことから始まります。

02

原則の理解

レイアウトの基本5原則は何か、それぞれどのような効果があるのかを理解することが重要です。そのため、各原則について詳しく説明します。

03

適用方法

原則を具体的にどのようにデザインに適用すればよいかを学ぶことで、改善の手応えを感じられるようになります。

本スライドでは、5原則の概要を簡潔にまとめます。
各原則を理解するための基盤を形成します。



近接 (Proximity)

情報をグループ化し、関連性を強調することで、デザインに秩序をもたらします。



整列 (Alignment)

コンテンツを整列させることで、視覚的な統一感を出します。整列は無意識の心地よさを生み出します。



反復 (Repetition)

統一感を持たせるために同じ要素を繰り返し使用することが大切です。これがブランドイメージの構築にも寄与します。



コントラスト (Contrast)

強弱を用いて情報を際立たせることで、より分かりやすいデザインになります。効果的に情報を引き立てられます。



余白 (White Space)

空間をうまく活用することで、洗練された印象を与えることができます。これが最終的にデザインのクオリティに影響します。

近接 (Proximity)

近接の原則を用いた情報の整理法について解説します。
情報を効果的にグループ化して視覚的な秩序を生み出します。

近接の定義



近接とは、関連情報を近くに配置することで、視覚的な関連性を強める方法です。これにより、情報の理解が促進されます。

悪い例



メニュー項目がバラバラに配置されると、どの情報がどのように関連しているのかが不明になります。これが混乱を招く要因となります。

良い例



見出しとその本文を近接させることで、ひとつのまとまりとして見せることが重要です。視覚的に分かりやすく、情報の整理に役立ちます。

効果



近接を意識することで、情報がより整理されて見えます。この視覚的な整理が、受講者の理解を深めます。

整列 (Alignment)

**整列の原則を用いることで、デザインの秩序を整えます。
整列は視覚的な美しさと統一感を実現します。**

整列の定義

整列は、コンテンツを見えないラインに沿って配列することによって、視覚的な秩序を作り出す原則です。整ったデザインを目指します。

中途半端な位置

中途半端な位置に配置すると、デザイン全体がギクシャクしてしまいます。ボタンの位置など細かい部分まで気を配る必要があります。

グリッドシステム

グリッドシステムを活用し、FigmaやPhotoshopのガイドラインを使うことで、整列の感覚をつかみやすくなります。

デバイス確認

PCやスマホの両方でデザインを確認することも重要です。異なる環境での整列を意識することで、デザインの統一感が得られます。

効果

整列がきちんと行われていると、ユーザーは無意識に心地よさを感じます。この快適さが、よいデザインの条件となります。

反復 (Repetition)

**反復を通じて、一貫性のあるデザインを生み出し、ブランドイメージを強化します。
統一感がデザインの質を高めます。**

反復の定義

反復は、デザイン内で同じ要素を繰り返し使用することで、全体に統一感と一貫性を持たせる基本的な方法です。

統一された要素

ボタンの形や色をページ全体で統一することが重要です。これにより、ユーザーはスムーズに操作できます。

フォントサイズのルール

見出しや本文のフォントサイズをルール化することで、視覚的な一貫性が得られます。これがデザイン全体を整えます。

カラーパレットの選定

カラーパレットを3色程度に絞ることで、デザインがバラバラに見えることを防ぎ、ブランディングが強調されます。

効果

反復を意識することで、「全体がバラけない」印象を与えることができます。これにより、プロフェッショナルな印象が強化されます。

コントラスト (Contrast)

コントラストを用いて情報に強弱をつけ、重要なポイントを明確にします。
効果的な強調がデザインを引き立てます。

コントラストの定義

コントラストは、情報に強弱をつけることで、重要な要素を視覚的に引き立てるデザイン手法です。

文字サイズの使い分け

見出しは大きく、本文は小さくすることで視覚的な階層が生まれます。これにより、情報整理が行いやすくなります。

色の使い方

背景と文字色の明度差を強くすることで、文字を際立たせることができます。このコントラストが可読性を高めます。

書体の選定

本文には読みやすいゴシック体を使用し、見出しには太字などを使うことで情報の強調が行えます。

強調の限度

ただし、「強調しすぎ」は逆効果となるため、1ページにつき1~2箇所の強調がベストです。これを意識することで、整理された印象を与えます。

余白を効果的に活用することで、デザインの印象を引き上げます。
情報を整理し、見栄えを良くします。



余白の定義

余白とは、デザインにおいて「空いているスペース」を指しますが、これが実は重要なデザイン要素であることを理解しましょう。



情報の呼吸感

余白を取り入れることで、情報に「呼吸感」を与えられ、読みやすさが向上します。これが最終的に全体の理解を助けます。



重要な要素の際立ち

余白をうまく使うことで、重要な要素を際立たせることができます。これにより、特定の情報に視線を集めやすくなります。



高級感の演出

余白を意識することで、高級感や落ち着いた印象を演出できます。これがセンスの良いデザインに寄与します。



余白の視点

「余白=無駄」という考えを捨てて、余白を「洗練」として捉えることで、デザインのクオリティが向上します。

デザインにおける5つの基本原則を再確認し、実践に活かす重要性を理解します。 プロのデザインを目指しましょう。



近接の重要性

近接では、関連要素を近くに置き、視覚的な繋がりを強化することが大切です。これにより情報の整理が進みます。



整列による秩序

整列を意識することで、整然としたデザインが実現可能です。見る人への印象も大きく変わります。



反復で統一感

反復を意識することで統一感を得られ、ブランドイメージが濃くなります。この一貫性がプロの特徴です。



コントラストの利用

コントラストを適切に用いることで、重要な情報が強調され、視認性が向上します。



余白の効果

余白を用いることで全体のデザインが洗練され、情報が整理されます。この洗練が重要なポイントです。